

Sommer 2024



# Confiserie Welt

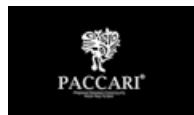
News vom Club der  
Confiseries e. V.

## Kekse, Cookies, Feingebäck

Gebäck ist ganzjährig beliebt – zum Glück versorgen handwerklich arbeitende Manufakturen den Fachhandel zuverlässig mit guten Qualitäten

*Zart  
und fragil*

Förder-  
mitglieder



**IMPRESSUM Herausgeber:** Club der Confiseries e. V., Grillparzerstraße 38, 81675 München, Telefon +49 (0) 89 / 45 76 90 88 - 16, Fax +49 (0) 89 / 45 76 90 88 - 88, service@clubderconfiseries.de, www.clubderconfiseries.de • **Objektleitung:** Oliver Peik • **Redaktion:** Anja Ashauer (Redaktionsleitung), Alfons Strohmaier **Bildnachweis:** Titel: Dornauers Lebkücherei und Chocolaterie; Seite 16 unten (German Chocolate Award): Bundesakademie Weinheim, Ingo Hilger • **Gestaltung & Realisation:** trumit GmbH, Putzbrunner Straße 38, 85521 Ottobrunn, Telefon +49 (0) 89 / 60 80 01 - 5 88 • **Druck:** Aumüller Druck GmbH & Co. KG, Anton Müller, Weidener Straße 2, 93057 Regensburg, Telefon +49 (0) 9 41 / 6 95 40 - 27 Irrtum oder Druckfehler vorbehalten • **Unterstützt durch:** SWEETS GLOBAL NETWORK e. V.

## Termine

### REISE ZUM URSPRUNG DES KAKAOS/ELFENBEINKÜSTE 5.–9.(+1) Mai 2024

Wir reisen von der Hafenstadt San Pedro, wo die Hauptaktivitäten des Cacao Trace-Programms von Puratos stattfinden, ins Landesinnere zu Kakaopflanzungen, Sozialprojekten und ins Cacao-Trace Nacherntezentrum. [service@clubderconfiseries.de](mailto:service@clubderconfiseries.de)

### SUMMERTOUR DES CDC 25.–27. Juni 2024

CdC-Reise zu Zotter Schokolade und Spezialitätenherstellern entlang der „Steirischen Route 66“. [service@clubderconfiseries.de](mailto:service@clubderconfiseries.de)

### TRENDSET

6.–8. Juli 2024, München  
Fachmesse für Lebensart.  
[trendset.de](http://trendset.de)

### WEBINAR ERP MIT AMIC 18. April 2024

Karsten Jung (Software Company AMIC) stellt „ERP – Softwarelösungen für die Confiserie“ vor. Dies umfasst u. a.: Produktspezifikationen, Nährwertberechnung, Rezepturverwaltung, Etikettierung sowie Qualitätsmanagement. [service@clubderconfiseries.de](mailto:service@clubderconfiseries.de)

### WEBINAR „ENTWALDUNGS-VO“ 13. Juni 2024

Dr. Michael Lendle (AFC Consulting Group) und Hendrik Jansen (Alfred Ritter) beleuchten die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR). [service@clubderconfiseries.de](mailto:service@clubderconfiseries.de)

### SÜDBACK

26.–29. Oktober 2024  
Stuttgart

Fachmesse mit der Vorauswahl Central Europe der WCM. [www.messe-stuttgart.de](http://www.messe-stuttgart.de)



Thomas Luger,  
Vorstandsvorsitzender  
Club der Confiseries

## Fachhändler auf der ISM

Beeflügelt von einer guten Besucherfrequenz auf dem CDC-Gemeinschaftsstand im Jahr 2023 stand für viele Aussteller fest, dass sie auch in diesem Jahr wieder an der Internationalen Süßwarenmesse in Köln teilnehmen – darunter auch unser Haus, die Confiserie Burg Lauenstein. Insgesamt 28 Unternehmen haben sich auf dem weiter entwickelten Standkonzept des Club der Confiseries (CdC) angemeldet und dort ausgestellt. Schon im Vorfeld war leider bekannt geworden, dass die für den Fachhandel ebenso wichtigen Zulieferer im Bereich „Zutaten, Verpackungen, Formen und Confiserie-Zubehör“ leider 2024 nicht auf dem CdC-Gemeinschaftsstand mitausstellen durften. Man hatte ihnen die ProSweets zugewiesen. Doch die wenigsten wollten dort zwischen den zuweilen sehr großen Maschinen der Aussteller ihre klein anmutenden Stände aufbauen. An dieser Stelle möchte ich die Koelnmesse dazu ermutigen, dieses „Verbot“ zu überdenken, um ihre Attraktivität für Besucher aus dem Fachhandel noch zu steigern.

Neben den nicht unerheblichen Eintrittsgeldern hat in diesem Jahr der Streik bei der Bahn vielen Fachhändlern den Besuch der ISM derart erschwert, dass hier leider am Fachhandelsforum

am Samstag vor der Messe und auch am Messesonntag ein deutlicher Besucherrückgang im Vergleich zum Vorjahr zu verspüren war.

In einem Umfeld der besonders für Kakao und Energie sowie Logistik heftig gestiegenen Kosten in Verbindung mit inflationsbedingten deutlichen Lohnsteigerungen ist es für uns Hersteller, die maßgeblich den Fachhandel beliefern, und auch für die Fachhändler selbst durch den hohen Personaleinsatz in Produktion und Verkauf eine immense Herausforderung, für Kunden attraktive und umsatzstarke Angebote zu entwickeln.

Innovationskraft, herausragende Rohstoffqualitäten, und die Tatsache, dass motivierte Menschen Kunden begeistern können, hat trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen dazu geführt, dass die Mehrheit der Aussteller, darunter auch wir Lauensteiner, die Messe rückblickend als lohnenswert betrachtet.

Wir wünschen uns von der Koelnmesse für die Zukunft der ISM stabile Preise, einen größeren Weitblick und einen verstärkten Fokus auf die Anmutung der Messehallen, um für die Zielgruppe Fachhandel sowohl von Aussteller- als auch Besucherseite attraktiv zu bleiben oder sogar noch interessanter zu werden.



Klein und fein ist die Confiterie süß & bitter von Maya Schuster. Die Theke wurde für die Räumlichkeiten maßgeschneidert.



CONFISERIE SÜSS & BITTER

## Schokoladige Grüße aus Idstein

Wenn niemand ihre Wünsche erfüllen kann, macht sie's eben selbst. Es gibt wohl nur wenige Fachhändler, die das so selbstbewusst behaupten können – zumindest im Bereich der Pâtisserie. Maya Schuster kann es, denn genau mit dieser Vorstellungskraft und diesem Willen fing ihr Werdegang in der süßen Welt an. Zuckerblumen für ihre Hochzeitstorte wollte sie haben, unbedingt. Als sie keinen Hersteller fand, machte sie die filigranen Kunstwerke kurzentschlossen selber. Und weil ihr dies so viel Spaß macht, beschloss sie, ihr Können zu professionalisieren und ließ sich zur Konditorin ausbilden.

Seit knapp zwei Jahren betreibt sie das Fachgeschäft süß & bitter in Idstein, in dem sie zuvor gearbeitet hat. In ihrem Laden hat sie ein Stehcafé, in dem sie Caffé New York, eine prämierte Marke aus der Toskana, und jeden Morgen frisches Gebäck anbietet. Sie berichtet: „Macarons von Maison Alsacienne de Biscuiterie kaufen meine Kunden sehr gerne, und auf der ISM habe ich französische Sablés entdeckt.“ Das Gebäck, aber auch Marmeladen und Marshmallows seien für den Sommer ideal. Conüs, mit Schokocreame gefüllte Waffelhörnchen, füllt sie in große Eiswaffeln und wickelt diese in Folie – der absolute Hingucker. Auch gefriergetrocknete Erdbeeren seien ein tolles Sommerprodukt – sie passen gut zum Prosecco. Maya Schuster betrachtet alles mit dem geschulten Auge und Gaumen der Pâtissière. Jeder Tartufo, jede Schoko-

lade, jede Praline muss dieser strengen Kontrolle standhalten. „Nur wenn ich absolut hinter einem Produkt stehe, kann ich es glaubwürdig verkaufen“, betont sie. „Wenn Maya von etwas überzeugt ist, blüht sie im Kundengespräch auf. Dann probieren und kaufen die Kunden, ohne lange darüber nachzudenken“, bestätigt ihr Mann und Mitinhaber Torsten Schuster. Doch nicht immer bliebe die Zeit für eine ausführliche Beratung, leider.

### Junge Kunden erreichen und für guten Geschmack sensibilisieren

„Sehr gerne kaufen die Kunden unsere Spezialitäten zum Verschenken und lassen sich diese von uns ansprechend verpacken. Es freut mich sehr, dass Kinder bei uns einkaufen – zum Teil mit ihren Eltern, aber auch alleine. Sie suchen sich von ihrem Taschengeld eine oder zwei Pralinen aus. Und manche Kinder wünschen sich zum Geburtstag einen Gutschein von süß & bitter“, sagt sie. Via Instagram erreiche sie zunehmend junge Menschen.

Bestückt hat die Schokoladenfachfrau ihre Theke mit Pralinen von Valrhona, Lanwehr, Lauenstein und – eine Entdeckung auf der ISM – Martin Mayer. Ein Stammsortiment mit den Bestsellern und unverzichtbaren Klassikern gibt es ganzjährig, ergänzt mit stets wechselnden Sorten. „So bleiben die Kunden neugierig, und die Auswahl abwechslungsreich. Zu Weihnachten biete ich Pralinen von Cluizel an, doch nur zu Festtagen und

besonderen Anlässen sind unsere Kunden bereit, den Preis dafür zu bezahlen.“ Ihre Affinität zu französischen Pralinen und Schokoladen rührt von ihrer Ausbildung zur Konditorin. Dort habe sie mit frischer Butter und Früchten sowie Kuvertüren von Valrhona gearbeitet und schnell Qualitätsunterschiede geschmeckt. Zwei ihrer aktuellen Favoriten kommen jedoch aus Italien von Tutto Cioccolato. „Die Cuneesi con meringa al rhum sind eine perfekte Kombination aus Spirituose und Dessert nach dem Essen, und der Tartufo Pistaccio mit ganzen Pistazien macht süchtig. Beiden kann ich aktuell nicht widerstehen. Erstere machen leider Sommerpause, sie gibt's nur bis April.“

Maya Schusters Passion für Frankreichs Schokoladen findet in ihrem Verpackungsdesign „Süße Grüße aus Idstein“ Ausdruck. Mit zwölf Pralinen nach Wahl können die Schachteln gefüllt werden. Ein zweites Design dient als Verpackung für die Idsteiner Nüsse – Vollmilchpralinen mit Nussnougat und karamellisierten Walnussstückchen. Es gibt sie exklusiv bei süß & bitter. Sie verkaufen sich gut, sind ein beliebtes Mitbringsel und Souvenir. „Durch die Idsteiner Nüsse sind wir bis nach Japan und Kanada bekannt“, so die Firmenchefin stolz. [suessundbitter.de](http://suessundbitter.de)



DELIKATES MANUFAKTUR

## Vielfältige Ideenschmiede

Das Portfolio von Delikates Manufaktur ist groß. Simon Walter fertigt für die eigene Marke und als Lohnproduzent für andere.

Schokoladenkugeln, Riegel, Tafeln, Snack Bites, Aufstriche – die Liste ließe sich beliebig fortsetzen, denn „es gibt nur wenig, was bei uns nicht geht“, so Simon Walter, der vor sechs Jahren die Leitung von



Delikates Manufaktur in Schaaheim übernommen hat. Insbesondere als verlässlicher Partner in der Lohnproduktion hat sich Delikates einen Namen gemacht, doch zwei Produktlinien bietet Walter unter der eigenen

Marke an: Amarettini auf Schokolade in drei Sorten und Asia-Reisgebäck in verschiedenen Varianten. Erstere fertigt er selber mit Weißer, Dunkler oder Vollmilchschokolade und italienischen Amarettini. Das vorwiegend aus Thailand stammende Reisgebäck füllt er in verschiedenen Mischungen ab.

Angefangen hat alles 1997 mit dem Abfüllen von Spirituosen – nicht das Fachgebiet von Seniorchef Dieter Walter, doch hier bestand große Nachfrage, also eignete er sich das nötige Wissen an. Und so war es oft in seinem Leben: Durch seine Konditorausbildung verfügt er über ein fundiertes Know-how, und alles andere lernte er, wenn nötig. Auch in der Herstellung von Aufstrichen war er bald Profi. Mit seiner Neugierde und Flexibilität legte er den Grundstein für den Betrieb, den sein Sohn Simon nicht minder flexibel und ideenreich weiterführt. Der Süßwarentechnologe und Technische Fachwirt

verfügt über ein breites Wissensspektrum. Seine Kompetenz nutzt er vorwiegend, um andere Unternehmen zu beraten und für diese zu fertigen – nach genauen Vorgaben oder als Produktentwickler und Lohnhersteller, denn er kann perfekt auf die Wünsche seiner Kunden eingehen und diese umsetzen. Zu den Spezialgebieten von Delikates zählen das Abfüllen von Nusspasten, -mus und Aufstrichen sowie die Entwicklung und Fertigung von Schokoladenprodukten.

### Schokokugeln fertigen und füllen, Aufstriche entwickeln und produzieren

Was alles möglich ist, zeigen die Überraschungskugeln für SchokoSchatz, die Delikates Manufaktur seit einem Jahr fertigt. Es gibt eine Edition für Kids und eine für Liebingsmenschen. In den hohen Schokoladenkugeln befinden sich Glückssteine wie Hämatit oder Tigerauge – zehn verschiedene Edelsteine sind in den Kugeln für Kids versteckt – bzw. fair gehandelte Handschmeichler aus Kenia. Sie werden in Handarbeit gefertigt und bemalt. „Das gesamte Produkt ist plastikfrei, die Schokoladenkugeln fertigen wir aus Fairtrade-Bio-Vollmilchschokolade“, erklärt Walter. „Nicht viele Manufakturen können solche Schokokugeln



Zwei Linien bietet Simon Walter unter der Marke Delikates Manufaktur an: Amarettini mit Schokolade und Asia-Reisgebäck.

fertigen und füllen.“ Ideengeberin für SchokoSchatz ist Bettina Winkler. Verfügbar sind die Kugeln im Theken-Display.

„Nicht selten fertigen wir für Start-ups. Aufgrund ihrer Größe macht die Produktion für ein einzelnes Unternehmen oft keinen Sinn“, weiß Simon Walter. Große Expertise hat er in der Produktion von Aufstrichen. Private Label produziert er Sorten wie Himbeer-Erdbeer-Zitrone, Nougat oder Gewürzmandel. „Das sind nur ein paar Beispiele. Viel, viel mehr ist denkbar.“ Kürzlich hat er Nusstöpfchen – ganze Nüsse in Schokolade – entwickelt und gegossen.

Sämtliche Maschinen sind auf die Produktvielfalt und speziellen Bedürfnisse von Delikates Manufaktur zugeschnitten. Jede einzelne kann bis ins kleinste Detail zerlegt werden, wird am Ende eines Auftrags mit Wasser gründlich gereinigt und desinfiziert. So schließt der Firmenchef jegliche Kontamination mit Allergenen oder anderen Inhaltsstoffen aus: „Wir sind sehr flexibel, sowohl hinsichtlich der Formen als auch bei den Rezepturen – egal ob gluten- oder laktosefrei, vegan oder zuckerreduziert. Da wir halbautomatisch fertigen, erhöht das unsere Flexibilität und Bandbreite. Ohne Handarbeit geht bei uns nichts.“ So auch bei den Adventskalendern. Delikates Manufaktur lässt sie nach Kundenauftrag bedrucken und füllt sie nach Wunsch – mit Aufstrichen, Pralinen, Snack Bites. Auch hier gilt: Es gibt nur wenig, was nicht geht. [delikates-manufaktur.de](http://delikates-manufaktur.de)



# „Wenn schon süß, dann so“

Mit der Auszeichnung „Beste vegane Praline 2023“ schmücken sich die Dattelpralinen von djoon. Das Unternehmen süßt seine Pralinen und Schokoladen ausschließlich mit ganzen oder fein vermahlene Datteln.

**E**in halbes Jahr hat ausgereicht, um aus einer Idee ein Unternehmenskonzept zu entwickeln, um sich mit veganen Pralinen, die komplett ohne Zuckerzusatz auskommen, eine Fangemeinde aufzubauen. Gut zwei Jahre hat es gedauert, bis der erste Monatsumsatz bei 100.000 Euro lag, der Jahresumsatz bei etwa 1 Mio. Euro – erwirtschaftet mit 550.000 Dattelpralinen, Aufstrichen und Tafelschokoladen. Erklärtes

Ziel für 2024: Absatz und Umsatz verdoppeln. „Weltbeste Zutaten brauchen nicht viel. Wenn du sie verwendest, wird die Praline immer schmecken“, sagt Martin Grellner, der zusammen mit seiner Frau Carolin und Leon Niederl die djoon foods GmbH gegründet hat. Angefangen hat alles in der heimischen Küche mit gefüllten, schokolierten Datteln. „Die Datteln waren hervorragend, doch schokolierter Datteln gibt es schon viele. Es war wichtig, dass wir uns von der Masse abheben. Also haben wir die Dattel halbiert. So haben sie einen Fuß bekommen und wurden zur Praline“, verrät der Firmengründer, der die grundlegenden Anforderungen an seine Prali-

nen so zusammenfasst: „Sie müssen saugut schmecken, bio und natürlich sein. Die Kunst war, etwas, das es schon lange gibt, auf ein ganz neues Level zu heben.“ So verwundert es nicht, dass die Firmengründer seit jeher viel Zeit in die sorgfältige Auswahl der Zutaten investieren. Für die Pralinen verwendet djoon israelische Bio-Datteln der Sorte Medjool – daher auch der Firmenname. Sie bezieht djoon von NaraFood, einem Vertriebsunternehmen bei Augsburg. „Die Datteln kommen im 5-kg-Karton bei uns an. 300 Kilogramm verarbeiten wir in der Hauptsaison in etwa zehn Tagen zu Pralinen“, so Grellner.

Süßigkeiten besser machen, lautet die **Mission**, mit der djoon angetreten ist

„Zwei Drittel jeder Praline ist Dattel, deshalb legen wir so großen Wert auf ihre Qualität, ihren Geschmack, wie sie gelagert werden.“ Das Start-up möchte so viel wie möglich über die Rohstoffe wissen – die Datteln, den Kakao, die Nüsse. Vom Gewichtsanteil her ist die Kakao-masse der zweitwichtigste Rohstoff, doch am Ende ist es die Komposition, die die Pralinen so besonders macht. „Wir haben alles in der Hand, von Einkauf und Verarbeitung der Rohstoffe über die Verpackung bis hin zum Verkauf. Unabdingbar war für uns von Anfang an, dass wir nur biozertifizierte Zutaten verwenden. Wir sind überzeugt davon“, sagt Grellner.

Der komplette Verzicht auf einen Zuckerzusatz ist Teil der Unternehmensphilosophie, war allerdings nicht wirklich geplant. „Da die Dattel schon sehr süß ist, haben wir uns gefragt, ob wir überhaupt Zucker in der Füllung oder in der Schokolade benötigen.“ Die Antwort ist bekannt: djoon setzt für die Süße in den Produkten komplett auf Datteln – ganze, gefüllte Datteln in den Pralinen und gemahlene, getrocknete Datteln in den Tafelschokoladen. Geschmack, Konsistenz und Süße der Frucht sind maßgeblich für die Kreationen von djoon.

## Erste Charge mithilfe von Crowdfunding finanziert

Von langer Hand vorbereitet war die Firmengründung nicht. Martin, der Datteln nur als eher harte, süße, mit Marzipan gefüllte Früchte oder mit Speck umwickelt und kross gebraten kannte, musste sich beruflich neu orientieren und „hatte gerade umwerfend gute Datteln aus den Emiraten geschenkt bekommen“. Mit diesen Datteln als Grundlage nutzte er die Übergangszeit, um etwas ganz Neues zu schaffen. Als seine Idee Gestalt angenommen hatte, suchte er für sein Projekt einen Partner – und fand Leon Niederl, der für djoon aus seinem Job ausstieg. Dritte im Bunde ist Martins Frau Carolin, auch sie hat ihren Job für djoon an den

Nagel gehängt. Mithilfe eines Crowdfundings konnte das Start-up loslegen: Mit einer Gesamtsumme von 33.000 Euro haben Kunden die erste Produktion vorfinanziert – und wurden als erste beliefert. Das war 2021. Ein Jahr später hat djoon bereits 260.000 Dattelpralinen verkauft, im Jahr drauf 550.000 – das Standardsortiment bestreiten die Sorten Raspberry Cream, Espresso Crunch, Roasted Almond und Salted Peanut, ergänzt durch die saisonalen Varianten Nougat, Macadamia, Spekulatius und Punsch. Die Pralinen fertigt djoon seit jeher selber. Im Januar 2023 haben sie eine Manufaktur mit 300 Quadratmetern Fläche im Münchner Osten bezogen und dafür eine Produktionsleiterin und eine Konditorin eingestellt.

## Die ersten 4.000 Dattelschokoladen waren nach drei Tagen ausverkauft

Seit September 2023 ergänzen Dattelschokoladen in den sechs Sorten Dark Choc (Pur und intensiv), No Milk Choc (hell und cremig), Bomba di Pistacchio (mit Pistazienfüllung), Raspberry Cream (Pinke Himbeertafel), Salted Peanut (mit Mus und Stückchen) sowie Nougat Crisp (mit Haselnusscreme und Crunch) das Sortiment. „Die erste Charge, 4.000 Tafeln, war nach drei Tagen ausverkauft“, sagt Grellner stolz. Die 70-g-Tafelschokoladen produziert ein belgischer Bean-to-Bar-Hersteller für djoon. „Es war nicht einfach, jemanden zu finden, der Schokoladen aus Kakao-masse und Datteln fertigt.“ Sämtliche Tafeln sind gemäß der Unternehmensphilosophie ohne den Zusatz von Zucker oder eines anderen Süßungsmittels gefertigt. Geschützt werden die Tafeln von einer edlen Verpackung aus der Papierfabrik Gmund, die in Italien bedruckt wird. Die Prägung des Papiers unterstreicht die hochwertige Haptik.

In diesem Jahr hat djoon sein Portfolio auf dem CdC-Gemeinschaftsstand auf der ISM präsentiert. Doch wichtigste Vertriebs-schiene für djoon ist ihr Online-Shop. Seit jeher kann man sich die Ware liefern las-



sen oder am Firmensitz im München abholen. Der zweite große Vertriebskanal sind Foodmärkte, auf denen djoon die anspruchsvolle Klientel direkt mit Verkostungen erreicht. Djoon kennt die Zielgruppe genau, weiß um die Wünsche der Kundschaft, die für eine Schachtel mit 16 Dattelpralinen im Online-Shop 21,90 Euro bezahlt. „Eine Umfrage ergab, dass den meisten unserer Kunden wichtig ist, dass unsere Pralinen vegan und ohne Zuckerzusatz sind. Von geringerer Bedeutung waren die biozertifizierten Zutaten“, verrät Niederl. Bei den Workshops von djoon zeigt sich, dass die Teilnehmerinnen gut informiert sind, was das Thema Ernährung betrifft. In dieser Nische bewegt sich das Start-up, das mit der Mission angetreten ist, Süßigkeiten besser zu machen. „Wir djoon-Gründer hatten beruflich zuvor nichts mit Lebensmitteln zu tun. Wir haben etwas komplett Neues gemacht, und es war eine der besten Entscheidungen, die wir getroffen haben“, ist Grellner überzeugt. „Ich habe noch nie so viel gearbeitet, ich habe noch nie so schlecht verdient, doch ich hatte auch noch nie einen Job, der mich so erfüllt hat und der so sehr meinen persönlichen Werten entspricht. Wir süßen ausschließlich mit Datteln. Sie sind natürlich, unverarbeitet und sättigend, haben einen guten glykämischen Index, Vitamine, Mineral- und Ballaststoffe – wenn schon süß, dann so.“ ♦ [djoon.de](https://djoon.de)



# Die Erben der Ringe



Die Manufaktur Groch & Erben hat sich auf Baumkuchen in verschiedenen Sorten spezialisiert – alles ist möglich von traditionell klassisch bis zu vegan und modern

Rosa, Orange oder Grün, Praline, Spitze oder Halbmond – wer denkt, Baumkuchen wären langweilig, wird von der Cottbusser Manufaktur Groch & Erben eines anderen belehrt. Sie zeigt, wie vielseitig Baumkuchen sein können – in Farbe und Form. Auf die Idee, eine bunte Baumkuchen-Vielfalt anzubieten, kamen Geschäftsführer Sören Hajek und seine Frau Marianne Methling auf einer Japanreise. In dem asiatischen Land ist Baumkuchen ganzjährig Kult, man bevorzugt ihn ohne Glasur oder Guss, reichert aber gerne den Teig mit weiteren Zutaten wie beispielsweise mit dem beliebten Grünteepulver Matcha an. Genau dies macht auch Hajek, und nennt den grünen Kuchen gemäß seiner Heimat Cottbus „Spreewald“. Auch eine Variante mit Himbeeren, „Lieblingsbaum“ genannt, fertigt er. 2023 gesellte sich der Baumkuchen-Halbmond Mango dazu – und in diesem Jahr eine vegane Variante. Insgesamt 12,5 Tonnen Baumkuchen hat die Manufaktur 2023 gefertigt. Um Ideen ist Hajek nicht verlegen. Aktuell plant er eine Baumkuchenreise um die Welt, angelehnt



Einige Monate hat Groch & Erben an den veganen Baumkuchen getüftelt

an die für jedes Land typischen Bäume: Kirschbaum in Japan, Eukalyptus in Australien, Baobab in Afrika. Doch bevor die Idee Gestalt annimmt, gibt es noch Einiges zu tun. An der Rezeptur für den veganen Baumkuchen, den es seit Jahresbeginn gibt, habe das Team einige Monate getüftelt. „Die Beschaffenheit des Teigs hat uns Kopfzerbrechen bereitet. Butter und Eier sind essentiell für Geschmack und Konsistenz unserer Baumkuchen – es war eine Herausforderung, diese beiden Komponenten zu ersetzen. „Wir haben Zutaten wie Aquafaba, Apfelmus, Johannisbrotkernmehl und Kartoffeln ausprobiert und immer wieder gebacken, verkostet ... und weiterentwickelt, bis das Ergebnis unseren Ansprüchen genügte“, erinnert sich Hajek, der insbesondere die jüngere Zielgruppe mit seinen innovativen Kreationen ansprechen möchte. „Wir wollen unsere Baumkuchen überregional verkaufen, moderner ausrichten. Mit uns werden Baumkuchen auch in Deutschland zum Ganzjahresprodukt“, sagt er selbstbewusst. So entstand der Name Groch & Erben, er weist auf die Tradition der Cottbusser Baumkuchen, die Maria Groch begründet hat, und ihre moderne Fortführung hin.

Der Baumkuchen-Stammkunde ist traditionell eher älter. „1989 haben wir das Café Lauterbach übernommen. Im Jahr darauf schickten uns Kunden Briefe, in denen sie fragten, ob es die Baumkuchen, die sie immer so gern gemocht hätten, noch gibt“, erinnert sich Seniorchef Carsten Hajek. Das um 1807 in Salzwedel erstmals urkundlich erwähnte Backwerk kam durch Maria Groch im Jahr 1819

nach Cottbus und ließ die Stadt um die Jahrtausendwende zum größten Baumkuchenproduzenten des Deutschen Reichs werden, erzählt der Seniorchef. Doch nach dem 2. Weltkrieg kam die Produktion in Cottbus zum Erliegen. „Das Baumkuchenbacken hat sich nicht mehr gelohnt, nur für treue, ganz gute Kunden wurde unter der Hand produziert“, weiß Sören Hajek. Doch dann kamen die Briefe, und die Konditorei begann, wieder Baumkuchen nach traditionellem Cottbusser Rezept zu backen – was die Kunden mit Dankesbriefen honorierten. Schon Anfang des 19. Jahrhunderts wurden Baumkuchen

**Seinen Namen hat der Baumkuchen von dem Holzstab, an dem er ursprünglich über offenem Feuer gebacken wurde**

per Post verschickt, sodass es nur logisch erscheint, dass die Dankesbriefe im November 1991 zahlreiche Bestellungen enthielten. Damit begann sich die Walze zu drehen und nahm in den Folgejahren beständig Fahrt auf. „1995 versandten wir an fast 200 Adressen unsere Baumkuchen“, erinnert sich Hajek. Im selben Jahr zog die Bundesgartenschau Touristen nach Cottbus und ins Café Lauterbach und steigerte die Bekanntheit von Groch & Erben. Schließlich startete Hajek den Online-Shop. Noch ist das Café Lauterbach die bedeutendste Verkaufsstelle



Sören Hajek erfindet den Baumkuchen neu, um auch die jungen Kunden anzusprechen

für die Baumkuchen, doch der Online-Absatz nimmt beständig zu. Mit den veganen Baumkuchen, die Anfang des Jahres dazukamen, wird sich der Umsatz wohl noch einmal erhöhen, vermutet der Firmenchef. Verpackt ist der Baumkuchen in einer Schachtel im schlicht-nordischen Stil. Als Füllmaterial im Umkarton dient Papier. „Der Schutz der Kuchen ist oberste Prämisse“, betont er.

**Online-Kunden können ihre eigenen Baumkuchen kreieren**

Anfangs lediglich Ideengeber hat Sören Hajek Anfang 2023 die Manufaktur Groch & Erben offiziell übernommen. Sein Sortiment umfasst heute Baumkuchen-Ringe, -Halbmonde, -Spitzen und -Pralinen. „Die Einer- und Zweierlinge sind unsere Alltime-Favorites“, sagt er. Sehr beliebt seien zudem Baumkuchenspitzen. Zudem können Online-Kunden ihre eigenen Baumkuchen kreieren. „Für Kleinstmengen haben wir kurze, 30 Zentimeter lange Walzen“, so Hajek. Auf diesen werden Kleinauflagen wie Eierlikör, Nougat oder Meersalz kreiert. Als saisonale Variante überzieht er im Sommer seine Baumkuchen mit weißer Schokolade. Ansonsten ist die Zartbittervariante der Kundenliebling – mindestens 80 Prozent entfallen darauf. Das Original, der mit Fondant überzogene Baumkuchen, steht an zweiter Stelle der Beliebtheitskala, der Rest bleibt puristisch ohne Glasur.

Baumkuchen sind in Deutschland hinfällig bekannt. Insbesondere zur Weihnachtszeit sind sie für zahlreiche Genuss-

menschen unverzichtbares Backwerk. Wie ein Baumkuchen entsteht, wissen nur wenige und wohl nur den wenigsten ist bekannt, dass der Baumkuchen seinen Namen nicht von den feinen Schichten hat, die sich wie die Jahresringe eines Baums aneinanderschmiegen. Vielmehr ist die Art der Fertigung Namensgeber: Ursprünglich verwendete man einen Stock oder Ast – also einen Baum – als Spieß, um den der Kuchen Schicht für Schicht aufgetragen wurde. Heute dreht sich eine Metallwalze kontinuierlich vor offener Flamme, und der Kuchen um sie herum wächst beständig. So schmiegen sich 15 bis 16 dünne Schichten aneinander, legen sich um die Walze und lassen einen Kuchen entstehen, der mit jeder Minute dicker wird. 30 Minuten dauert es, bis der Baumkuchen bei Groch & Erben seinen endgültigen Umfang erreicht hat. Ein Kamm unterteilt die 1,20 Meter langen Rollen während des Backens in die für Baumkuchen typischen Ringe. Möchte man Baumkuchenspitzen fertigen, wird der Kuchen nicht gekämmt.

Bei einem Blick zurück nach Japan, wo der Baumkuchen mit Wachstum und Wohlstand assoziiert wird und ein beliebtes Geschenk auf Hochzeiten und Taufen ist, sieht man, dass die Fantasie bei Groch & Erben noch viel Spielraum hat. Japan feiert am 4. März den Tag des Baumkuchens – Potenzial, das sich aufgreifen und ausbauen lässt, denn Groch & Erben haben gezeigt: Die Farbpalette ist groß und bunt, bei ihnen wird es nicht langweilig. ♦

[grochunderben.de](https://www.grochunderben.de)

SCHWERPUNKT

Anzeige

FISMER  
LECITHIN

## Lecithin perfektioniert Schokolade

Der Naturstoff Lecithin hat viele positive Eigenschaften, die sogar in der Lage sind, eines der schönsten Lebensmittel der Welt weiter zu optimieren.

Und das allerbeste daran? Dass Sie dabei auch noch Kosten einsparen können!



### Kompetenz

Das Fachwissen unserer Mitarbeiter ist für uns die Grundlage, um Ihnen erstklassige Produkte und besten Service anzubieten. Damit diese Qualität auch bei Ihnen ankommt, haben wir mit unseren Partnern zusammen strenge Qualitätskriterien entwickelt.

### Vertrauen

Unser Produktprogramm umfasst ausschließlich Lecithin von höchster Qualität und mit exakten Spezifikationen. Durch lückenlose Rückverfolgbarkeit und Dokumentation aller produktbezogenen Prozesse gewährleisten wir höchste Produktsicherheit.

### Global

Wir beliefern Kunden weltweit. Dabei hilft uns die Erfahrung von mehr als 20 Jahren und ein Netzwerk von ausgewählten und zuverlässigen Partnern an unserem Headquarter in Hamburg sowie an vielen Standorten rund um den Globus.



## STRAUMANN

## Hippe Hüppe

Hüppe – wie bitte? Die knusprigen Waffelröllchen, Hüppen genannt, gehören zum kulinarischen Erbe der Schweiz. Und Straumann, eine kleine Manufaktur in Wädenswil am Zürichsee, hat sich seit Jahrzehnten der Produktion dieses feinen Gebäcks verschrieben. Man könnte meinen, es ist die Füllung, die bei den Hüppen von Straumann den Unterschied macht. Doch man erkennt schnell: Es ist viel mehr als der Geschmack der Cremes. Das wirklich Besondere sind die zarten, knusprigen, gewickelten Waffelröllchen, in Verbindung mit der Füllung. Sie tragen zum Geschmack bei und sehen mit ihren hellen Streifen hübsch aus. „Die Hüppen begeistern mich, sie sind in dieser Form einzigartig. Es ist nicht nur die spezielle Rezeptur, sondern es sind insbesondere auch die alten Maschinen, mit denen wir arbeiten, die diese besondere Qualität ermöglichen“, sagt Firmenchef Vladimir Minic, der 2018 die Straumann Hüppen-Manufaktur übernommen hat. Maschinen aus den 1977er- und 1980er-Jahren bestimmen maßgeblich die Beschaffenheit des Gebäcks. Auf diesen Maschinen bekommen die Röllchen ihre Streifen, sie entstehen beim Backen und sind immer ein kleines bisschen anders –



jede Hüppe ist ein Unikat. Wichtig für die Qualität des Gebäcks ist die sorgfältige Auswahl der Rohstoffe, die Temperatur und Luftfeuchtigkeit während des Backprozesses in der Produktionshalle und im Lager, wo die Hüppen bei 15 °C trocken lagern. Maximal zehn Tage vor dem Verpacken und Versand werden sie gefertigt. Bei Straumann ist sehr viel Handarbeit und Erfahrung gefragt. Beständig werden die Maschinen an die äußeren Rahmenbedingungen angepasst. Die Produktion läuft kurz gefasst folgendermaßen ab: Ein gebackener Teigstreifen wird mithilfe einer Gusswalze um einen hohlen Dorn gewickelt und erneut kurz gebacken – keine Minute dauert das. Beim Abstreifen von dem Dorn werden die Waffelröllchen mit Creme gefüllt, zwei Meter lang sind sie zu diesem Zeitpunkt. Nach dem Kühlkanal werden sie in die gewünschte

Länge geschnitten. Die meistverkaufte Hüppe ist 4,2 bis 4,4 Zentimeter lang und 4,5 Gramm schwer. Doch auch die längeren Röllchen sind beliebt. Bei den Füllungen liegt die Haselnuss-Gianduja vorne, gefolgt von weißer Mandelgianduja mit Zitronenöl, die bei Straumann hergestellt wird. Lieferant für die Giandujacremes ist der Schweizer Premiumhersteller Felchlin.

Straumann liefert seine Hüppen an Fachhändler, Spezialitäten- und Delikatessenshops und die Gastronomie als Kaffeebeilage. Für Letztere werden die Hüppen individuell verpackt, das MHD der einzelnen verpackten Gebäckstücke liegt bei acht Monaten. Zudem gibt es die Hüppen lose im 3-kg-Karton, im 100- und 200-g-Cellophanbeutel und in Schachteln in verschiedenen Größen. Die Säckli, wie es in der Schweiz heißt, werden von Hand gefüllt. Jede Packung Straumann Hüppen ziert ein Schweizerkreuz. Dieses Qualitätssiegel garantiert, dass sämtliche Verarbeitungsschritte – von der Teigherstellung über den Backprozess bis hin zur Vermarktung des Produkts – in der Manufaktur in Wädenswil stattfinden. Auf Wunsch ist ein individuelles Branding der Verpackung ganz nach den Vorstellungen des jeweiligen Vertriebspartners möglich. „Wir sind da sehr flexibel“, betont Minic. „Unsere Hüppen sind kein Massenprodukt.“

[wilk-gourmetshop.de](http://wilk-gourmetshop.de)

## THE GOOD STUFF COMPANY

## Spanisches Gebäck mit französischem Charme

Weil es im Leben darum geht, die kleinen Momente zu genießen, so der Leitspruch der Marke Lady Joseph – und das schon seit fast 100 Jahren. 1926 hat

Josephine Bernaud ihren Salon du The gegründet und damit einen Treffpunkt geschaffen und Bahnreisende auf dem Weg von Haro (Spanien) nach Bordeaux (Frankreich) mit süßem und salzigem Gebäck versorgt. Hinter alledem steckt eine Liebesgeschichte: In Bordeaux lernten sich Josephine Bernaud und Esteban Cuesta kennen. Josephine zog mit ihrem Mann nach Haro, der Rest ist bekannt. Noch immer werden ihre Rezepte nach den originalen Aufzeichnungen

in Spanien gebacken. Ihre Ur-Enkelinnen bauen diesen Schatz aus. „Klatsch und Tratsch sind digital geworden. Aber wir bewahren immer noch die Werte und Qualität unserer Familiengeschichte und Produkte. Denn der Sinn des Lebens besteht darin, kleine Freuden mit Freunden und Liebhabern zu genießen“, sagen sie. Bei Viani sind die Biscuits und die Cracker mit Olivenöl erhältlich.

[viani.de](http://viani.de)



## SÜSSWAREN ALBRECHT

## Philosophie der „buona tavola“

Fattoria Casanova ist ein kleiner Familienbetrieb im Herzen der Toskana, der mit seinem Feingebäck die natürlichen Aromen der Vergangenheit bewahren möchte: Die Gerüche, die Aromen und die Farben von dem, was wir in unserer Erinnerung bewahren und von dem wir glaubten, es für immer verloren zu haben. Begonnen hat alles im Jahr 1994: Qualität als Philosophie, Leidenschaft fürs Handwerk und Liebe zu den Traditionen sind die Fundamente, auf denen die Fattoria aufgebaut wurde.

Durch mündliche Überlieferung wurden die Originalrezepte, in denen die Aromen einfacher, gesunder Zutaten perfekt miteinander harmonieren, von den Großmüttern an die jetzige Generation weitergegeben. Sie sind die Grundlage für die feinen Backwaren von Fattoria Casanova. Rezepte, die bis heute Erstaunen hervorrufen, denn grundlegend für die Produktion und sämtliche Rezepturen des Betriebs ist die Kultur des „buona tavola“, des gutes Essens, die seit jeher ein Teil von Fattoria Casanova ist.

Bei der Herstellung des Gebäcks ist nach wie vor viel Handarbeit notwendig, auch wenn dies deutlich zeitaufwändiger ist. Die Kombination aus hochwertigen

Zutaten, traditionellen Rezepten und einer konsequenten Qualitätskontrolle, machte Fattoria Casanova zu dem, was sie heute ist und trägt dazu bei, das Label „Made in Italy“ als Synonym für Premiumqualität zu etablieren.

„2003 während der ISM in Köln, haben wir Fattoria Casanova entdeckt. Uns sind zuerst die ansprechenden Verpackungen aufgefallen“, erzählt Christian Albrecht. Nachdem wir ein paar Sorten probiert hatten, war uns klar, dass wir diese Produkte in unser Sortiment aufnehmen wollen. Seitdem importieren wir das Gebäck von Fattoria Casanova. Der Topseller „Delizie di Meri“, ein feines Mandelgebäck, das mit Puderzucker bestäubt wird, ist vom ersten Tag an dabei. Natürlich dürfen „Cantucci tradizionali“ oder „Brutti e Buoni“ im Sortiment nicht fehlen. „Nocciola“, ein veganes Nussgebäck, Cantucci mit Kakao oder Schokoladenstückchen und weitere leckere Sorten runden das Sortiment ab.

[suesswaren-grosshaendler.de](http://suesswaren-grosshaendler.de)



## DORNAUERS LEBKÜCHNEREI UND CHOCOLATERIE

## Feingebäck aus Premiumzutaten

Der Großraum Nürnberg ist berühmt für seine Lebkuchen. Zu den besten Herstellern Feinster Elisenlebkuchen zählt Dornauers Lebkücherei & Chocolaterie. Deutschlandweit verkaufen Fachgeschäfte die Spezialitäten von Thomas Dornauer. Seit jeher fertigt der Lebküchener ganzjährig zudem hochwertiges Feingebäck. „Für uns ist selbstverständlich, dass wir möglichst Bio-Zutaten verwenden“, betont er. Viele Zutaten kommen aus der Region, wie beispielsweise der Honig aus Eckental oder die Butter. Bei den Eiern prüft er gerade, ob es möglich ist, sie aus der Nähe von Cadolzburg zu beziehen, wo die Hühner auf einer Haselnussplantage leben. „Ich glaube, das sind die glücklichsten Hühner, die es gibt“, sagt Dornauer. Das Mehl für sein Feingebäck bezieht er von der Meraner Mühle. „In der Mühle mahlen sie ein sehr

hochwertiges, spezielles Mehl. Das Gebäck daraus bekommt aufgrund der besonderen Wasserbindefähigkeit des Mehls eine ganz besondere Konsistenz. Es ist irgendwie fluffiger und zugleich knuspriger“, weiß der Firmenchef.

### Spritzgebäck in vielen verschiedenen Varianten

Zur Unterstützung und insbesondere um die Spritzgebäck-Vielfalt auszubauen, steht seit Kurzem eine spezielle Maschine in Dornauers Backstube. Sie kann Spritzgebäck in vielen verschiedenen Varianten ausformen, auch Bärenatzen sind dabei. Zudem hat der Perfektionist die Rezeptur seiner Spitzbuben überarbeitet. Der mürbe Teig ist jetzt etwas dicker, überzogen sind die scho-kolierten Sorten mit knackiger Kuvertüre



von Original Beans. Auch Makronen bleiben Bestandteil des Feingebäck-Portfolios. Genießer können Dornauers Gebäckspezialitäten verpackt über seinen Online-Shop und in seinen Läden direkt beziehen. Für Fachhändler bietet er sämtliche Sorten zusätzlich lose im Karton an, sodass diese das Gebäck individuell verpacken oder lose an der Theke verkaufen können.

[dornauers.de](http://dornauers.de)



**Cliff Lassche (re.) und sein Mitarbeiter Thomas Welfle präsentierten auf der ISM am CdC-Gemeinschaftsstand ihr breites Feingebäck-Portfolio.**

getüftelt, bis das Spritzgebäck die gewünschte S-Form hatte.“ Der dritte Bestseller im Sortiment seien die Marmorierten Butter-Herzen. Auch die Vanillekipferl sind sehr beliebt. Rund 45 verschiedene Gebäcke umfasst das Portfolio, dazu gesellen sich knapp zwei Handvoll Schokoladenartikel.

Cliff Lassche hat eine genaue Vorstellung davon, wie jede einzelne Gebäcksorte sein soll. Kompromisse macht er nur ungern, denn er weiß auch, was die Verbraucher erwarten, welche Konsistenz, welchen Geschmack. Danach wählt er die Rohstoffe für seine Gebäckmanufaktur sorgfältig aus. Bei Lassche findet man auch Klassiker wie Butter-Heidesand oder Butter-Schwarz-Weiß-Gebäck. Wenn der Geschäftsführer von seinem Gebäck, den Rezepturen erzählt, spürt man die Leidenschaft. Auf die Frage, wann er in den Betrieb eingestiegen sei, antwortet er: „Wie alt ist man, wenn man laufen lernt?“ Quasi in der Backstube groß geworden sei er, habe sein Taschengeld dort verdient. Was er könne, habe er im Betrieb seines Vaters gelernt. Nun, im Alter von 37 Jahren, leitet er die Manufaktur. Noch bevor die gesamte Verantwortung in seine Hände übergegangen ist, hat Cliff Lassche in neue Maschinen, in eine Schokolieranlage sowie weitere Verpackungsanlagen speziell für die Bedürfnisse in seiner Backstube investiert. „Seitdem gibt es bei uns keine saisonalen Engpässe mehr. Auf sieben Anlagen kann ich täglich 6 bis 7 Tonnen Gebäck fertigen.“ Dies ermögliche ihm, schnell auf Kundenwünsche zu reagieren. Dass die Maschinen das Formen des Gebäcks übernehmen, sieht der Firmenchef positiv, wichtig sei die Beschaffenheit und Qualität des Teigs, die verwendeten Zutaten, die den Geschmack ausmachten.

#### **Verpackungen in Größe, Form und Branding individualisierbar**

Sämtliche Gebäcksorten bietet Lassche im Cellophanbeutel und lose im 2-kg-Karton an. Für Wiederverkäufer kann die Manufaktur die entsprechenden Verpackungen in Größe, Form und Branding individualisieren. Auch Aktionsaufsteller und Displays bietet Lassche an. Insgesamt 29 Mitarbeiter begrüßt Cliff Lassche jeden Morgen um 6 Uhr auf dem Rundgang durch Produktion, Verpackung und Verwaltung. Er weiß um die Bedeutung des Teams: „Jeder Einzelne ist wichtig, wir sehen die Persönlichkeit, kennen die Stärken und Schwächen.“ Mit den Mitarbeitern sei es wie mit seinen Kunden: Wer den Betrieb und die Produkte kenne, komme gerne immer wieder.

[lassche.de](http://lassche.de)

#### **HARRY LASSCHE**

## **Knusprige Kekse, üppig bestreut**

Knusper, knusper Knäuschen, wer knuspert in meinem Häuschen – Worte, die man Cliff Lassche in den Mund legen könnte. Nur: Er muss niemanden anlocken, die Qualität seines knusprigen Gebäcks hat sich schon längst herumgesprochen. Cliff Lassche und seine Schwester Esther Wacker führen die vor 75 Jahren gegründete Harry Lassche GmbH in St. Augustin in vierter Generation. Anfangs bräunte dort Brot, seit fast 55 Jahren fertigt die Manufaktur Feingebäck und ist immer mit der Zeit gegangen. Seit Cliff Lassche sie übernommen hat, feilt er beständig an Rezepturen und Produktionsmethoden. „Es ist wichtig zu wissen, was man weiß und kann – aber eben auch, was man nicht kann“, sagt der Geschäftsführer während er zum Probieren einer der Bestseller aus seinem Gebäcksortiment einlädt: den Butter-Vollnusstaler. Knusprig ist er, aromatisch und – der Clou – auf seiner Oberfläche liegen großzügig karamellierte, geröstete Haselnüsse. Aus 37 Prozent Haselnüssen besteht jeder Taler. „Die Kunst ist, die unzerkleinerten Rohstoffe wie Haselnüsse, Erdnüsse, Mandeln oder Kürbiskerne auf den Kekse zu bekommen. Da ist das Handwerk gefragt, denn das Belegen läuft händisch“, so Lassche. Mit seinem bestreuten Gebäck hebt er sich von vielen anderen Herstellern ab, doch nicht nur damit. Mit einem Blick auf sein schokoliertes Butter-Spritzgebäck sagt er: „Ebenfalls ein Bestseller. Ich habe eine Weile

#### **WALTER CONFISERIE**

## **Berliner Gebäck, echt dufte**

Der deutsche Bundespräsident bietet seinen Gästen gerne Gebäck an, denn nichts lockert Besprechungen auf so angenehme Weise auf, wie knusperfrisches Gebäck, das mit einem Happs vernascht ist. Ebenjenes knusperfrische Gebäck liefert die Berliner Traditions-Confiserie Walter an das Bundespräsidialamt sowie an zahlreiche andere Kunden in Berlin und bundesweit. In Tempelhof werden seit 1915 handgemachte Köstlichkeiten in Schokolade produziert. Seit der Integration der Firma Faustmann im Jahr 2001 fertigt die Walter Confiserie auch 21 verschiedene Gebäcksorten nach traditionellen Rezepturen und legt besonders viel Wert darauf, die Teige in Handarbeit mit

den besten Rohstoffen herzustellen. So kommt echte Butter zum Einsatz, und als kleiner extra Frischekick bekommen die Teige ein wenig Aprikosenpüree verabreicht. Die beliebtesten Sorten sind das Streuselgebäck, es erinnert tatsächlich an das Kuchenbuffet bei Oma, und für Verliebte gibt's die Roten Herzen, zwei Gebäckschichten, die von eigens eingekochter herrlich fruchtiger Himbeerconfiture zusammengehalten werden. Schokoladen- und Nougatliebhaber kommen bei den Nougatmuscheln voll auf ihre Kosten. Die Verpackungen sagen es: Die bunte Auswahl an Seelenschmeichlern, kleinen Auszeiten und Mini-Belohnungen ist „Duft“. [walter-confiserie.de](http://walter-confiserie.de)



**Firmenchefin Caroline Thiedig (re.), Michaela Boldt und Frank Mader von Walter Confiserie boten auf der ISM am CdC-Gemeinschaftsstand Dominosteine, Gebäck, Pralinen und einiges mehr zum Verkosten an.**

Anzeige

**BUONISSIMO**  
DOLCE VITA TRIFFT SCHOKOTRAUM

**JETZT ORDERN UND SCHOKO-TRÄUME WERDEN WAHR!**

**AMARETTINI**  
DOLCE VITA TRIFFT SCHOKOTRAUM

**Delikates Manufaktur**

Delikates Manufaktur  
Friedrich-Ebert-Straße 7a  
D-64850 Schaaheim

Tel.: 06073 / 687052  
info@delikates-manufaktur.de



## GRAND CRU KONFEKT

### Aus Italiens Backstuben

Grand cru Konfekt, Lieferant für hochwertige Süßwaren, „ist beim Gebäck in der glücklichen Lage gleich mehrere fabelhafte italienische Lieferanten zu haben, die unser Sortiment bereichern“, so Firmenchef Wolfgang Karst. Dazu zählen beispielsweise Cannoli siciliani, Aragostina oder Baci di Dama.

Cannoli, jeder in Italien kennt dieses unwiderstehliche, köstliche Gebäck, das bei Jung und Alt gleichermaßen beliebt ist. Der Singular von Cannoli lautet „cannolo“, was so viel wie kleines Rohr bedeutet. Die Zubereitung der Cannoli ist aufwendig und erfordert handwerkliche Fähigkeiten. Der Teig wird mehrmals dünn ausgerollt und eingeschlagen, damit beim Frittieren die gewünschten Blasen im Teig entstehen. Die frittierten Gebäckröllchen, mit Cremes aus Schokolade, Pistazien, Nuss oder Milch gefüllt, sind ein Hochgenuss. Als Garnitur krönen gehackte Nuss- und Pistazienstückchen die Enden der Teigrollen.

„Unbedingt müssen wir auch unsere Aragostina erwähnen“, betont Karst. „Sie sind wohl die berühmteste Süßspeise/Gebäck Neapels.“ Außergewöhnliche Handwerkskunst lässt ein Gebäck entstehen, das in der Form der eines Hummerpanzers ähnelt, außen knackig-knusprig und innen weich. Dafür wird ein relativ trockener Strudelteig mit Fett aufgerollt und geschmeidig gemacht, geschickt in Form gebracht und unterschiedlich gefüllt. Hefe, Zucker oder Ei sucht man in dem Teig vergeblich. „Aragostina sind eine Freude für Augen und Gaumen“, so Karst. Die Reihe italienischer Gebäckspezialitäten



bei Grand cru Konfekt vervollständigen Baci di Dama und Brutti e Buoni. „Brutti e Buoni ist ein feiner, außergewöhnlicher Mandelbaiser mit einem Mandelanteil von 63 Prozent“, betont der Großhändler. Die piemontesischen Baci di Dama, was so viel wie Damenküsse bedeutet, sollen Lippen darstellt Karst erzählt: „Baci di Dama wurden der Legende nach ursprünglich 1852 auf Wunsch von Vittorio Emanuele II, dem letzten König von Sardinien, von einem italienischen Koch kreiert. Seitdem wurden sie auf den königlichen Tischen Italiens und Europas serviert. Woher der Name stammt, ist rasch erklärt: Betrachtet man die Kekse von der Seite, wirkt es, zumindest mit etwas Fantasie, als würde die Dame erwartungsfroh ihre Lippen dem Liebsten entgegenhalten.“ Verfügbar sind die Feingebäcksorten als lose Ware und auch aufwendig einzeln verpackt.

1922 beginnt die Geschichte der Laurence Galerie De Chocolat. Das Unternehmen fertigt seit drei Generationen Schokoladen und Gebäck nach Familienrezepten, die beständig perfektioniert werden. Durch die sorgfältige Auswahl der Zutaten und Gewürze garantiert sie ein Höchstmaß an Qualität und Geschmack. All dies geschieht mit modernster Technik und Qualitätskontrolle, was zur Herstellung von mehr als 150 verschiedenen Kreationen führt. Hervorzuheben sind hier die Pouraki (Zigarillo), Butterwaffeln mit einer köstlichen Nuss-Nougat- oder Pistazien-Creme gefüllt, und überzogen mit Vollmilch- oder Zartbitter-Schokolade.

[www.grand-cru-konfekt.de](http://www.grand-cru-konfekt.de)



## CHOCOLATE SCORECARD

### Good Egg Award vergeben

Drei Unternehmen konnten sich 2024 über ein ganz besonderes Ei freuen: den Good Egg-Award. Rechtzeitig vor Ostern wurde die Chocolate Scorecard 2024 veröffentlicht und mit ihr die Gewinner der Good-Egg-Awards: Original Beans, Beyond Good und die Alfred Ritter GmbH & Co. KG. Letztere wird als eines von drei mittleren bis großen Unternehmen weltweit als „Leading in policy and practice“ für die besten Nachhaltigkeitsleistungen ausgezeichnet.

Original Beans war bereits 2023 das einzige Unternehmen mit Green Eggs in allen sechs Kategorien und liegt mit dieser Leistung auch 2024 bei den kleinen Unternehmen vorne. „In diesem Jahr haben wir unseren Titel als Gewinner des Good Egg Award 2024 verteidigt und

konnten damit die bereits im vergangenen Jahr erreichte Position behaupten“, so Original Beans auf seiner Homepage. An zweiter Stelle bei den Kleinen liegen Beyond Good und Chocolatemakers. Beide waren im Bereich der Agroforstwirtschaft noch nicht perfekt. Choba Choba landete auf Rang vier mit Gelb in den Kategorien Agroforstwirtschaft sowie Waldrodung und Klima.

**Von 85 eingeladenen Unternehmen haben 63 den Fragebogen beantwortet** 2024 war bereits die fünfte Edition der Chocolate Scorecard. Der Fragebogen für die 5. Auflage wurde überarbeitet, 85 Unternehmen wurden zur Teilnahme eingeladen. Zu diesen Firmen gehören die großen Kakaohändler und Schokoladenhersteller der

Branche, die zusammen über 90 Prozent des weltweiten Kakao einkaufen. Von den 85 Unternehmen haben insgesamt 63 die Fragen beantwortet: 38 große, 9 kleine und 16 Händler. Auch die Auswertung erfolgte unterteilt in kleine Unternehmen, mittlere und große Unternehmen sowie Einzelhändler.

Jährlich bewertet die Chocolate Scorecard Schokoladenunternehmen. Sie wird von Be Slavery Free koordiniert, zusammen mit Universitäten sowie NGOs, die sich für die Umwandlung der Schokoladenindustrie einsetzen. Um an der Bewertung teilzunehmen, müssen die Unternehmen einen umfassenden Fragenkatalog ausfüllen. Bewertet werden sechs Kategorien: Rückverfolgbarkeit und Transparenz, lebensfähiges Einkommen, Kinderarbeit, Waldrodung und Klima, Agroforstwirtschaft sowie Pestizide. Zudem wurde der Faktor Geschlecht und 100 Prozent nachhaltig beleuchtet.

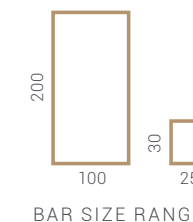
[chocolatescorecard.com](http://chocolatescorecard.com)

Anzeige

# Schokoladen Verpackungsmaschinen

BTB25 | 25 bars/min

VERPACKUNGSLÖSUNGEN FÜR SCHOKOLADE



## CONFISERIE IMPING

### Von klassisch bis modern

Pralinen in Manufakturqualität sind das Aushängeschild der Confiserie Imping, doch auch als Hersteller von Feingebäck hat sich das Unternehmen einen Namen gemacht. Von Klassikern bis zu innovativen Varianten reicht die große Auswahl an Feingebäck des Vredener Familienbetriebs.

Die Gebäckspezialitäten gibt es sowohl als bereits verpackte Ware für den Fachhandel als auch lose in Form spezieller Gastromischungen, die unter der Marke feinundfein vertrieben werden. „Wir stellen unsere Feingebäcke mit den besten Zutaten auf traditionelle Weise handwerklich her. Das sieht und schmeckt man“, betont Geschäftsführerin Eva-Maria Imping. Bestseller sind die klassische Teegebäckmischung sowie die hauchdünnen Florentinerblätter. Neu im Sortiment sind die Kreationen Vollmilchknusper und Erdnusshappen.

[www.imping-confiserie.de](http://www.imping-confiserie.de)



Wie können Sie Ihre Verpackungsmaschinen für Schokoladenprodukte und Bonbons optimieren und gleichzeitig mehr Nutzen aus Ihren Marketing-bemühungen ziehen? Wir können nicht nur den Verpackungsprozess, sondern auch die Verpackung selbst optimieren. Hiermit können Sie die Kosten senken, Ihre Märkte erweitern und vertiefen und den Endbenutzer ein attraktiveres Produkt anbieten. So können Sie auf neue Möglichkeiten reagieren und Ihre Leistung erhöhen.

**LAREKA**

OPTIMIZE YOUR PACKAGING

Kontaktieren Sie einen innovativen Erstausrüster und profitieren Sie von 40 Jahren Wissen und Erfahrung: Niederlande | +31 (0)40 208 66 66 | [www.lareka.nl](http://www.lareka.nl)





## WORLD CHOCOLATE MASTERS

### Die ersten Finalisten stehen fest

Nach den beiden ersten WCM National Selections in Italien und der Schweiz steht jetzt auch der Teilnehmer aus Polen am Weltfinale der World Chocolate Masters im Jahr 2025 fest: Łukasz Roguski. Bei dem Vorentscheid konzentrierte sich der Koch auf das Spiel mit Texturen und kontrastierenden Geschmacksrichtungen und stellte sicher, dass der Spaß im Mittelpunkt jeder Kreation steht. Seine Vorliebe für Karamellnoten zeigte Roguski in der Verwendung von Callebaut Gold in den meisten Aufgaben. Zuvor hat der Gewinner aus Italien, Tommaso Grollero, fruchtige Zutaten und kontrastreiche Texturen in den Mittelpunkt seiner Kreationen gestellt. Tommasos Kreativität versetzte die Jurymitglieder in absolutes Staunen. Er glänzte in seiner Darbietung

mit einem starken Fokus auf Sensorik durch Kreationen, die sowohl visuell faszinierend als auch voller Geschmack sind. Inspiriert von der Welt der Puzzles und den Möglichkeiten, die sie bietet, hat Tommaso sein Können und seine Kreativität mit dieser aufregenden Interpretation des Themas Play! bewiesen. Aus der Schweiz nimmt Quentin Guirao am Weltfinale teil. Guirao zeigte ein immenses Verständnis für die Verbindung zwischen Design, Textur und Geschmack. Der Chefkoch setzte sich bei den Swiss Chocolate Masters durch, indem er Können, Aromen, einen erstaunlichen Sinn für Spiel und ein echtes Gefühl für die Zukunft der Schokolade und dieses Planeten kombinierte. Jede seiner Kreationen enthielt eine einfache,



che, aussagekräftige Botschaft: Die Welt der Schokolade wird sich nur verändern, wenn wir uns mit ihr verändern. Und wenn wir das nicht tun, gibt es vielleicht keine Zukunft mehr. Seine wunderschönen Entwürfe haben die Jury überzeugt, ihm die Goldmedaille zu verleihen. Wer als Finalist Central Europe am Weltfinale in Paris teilnehmen wird, entscheidet sich am Vorentscheid vom 26. bis 29. Oktober auf der Südback.

[www.worldchocolatemasters.com](http://www.worldchocolatemasters.com)

## GERMAN CHOCOLATE AWARD

### Hommage an das Schokoladenhandwerk: 39mal Gold

Zahlreiche Hersteller haben sich mit ihren eingesandten Produkten um den German Chocolate Award beworben, und nun haben die Bundesakademie Weinheim und die dort gemeinsam mit der Chocolate Academy Köln ausgebildeten Schokoladen-Sommeliers sowie weitere Experten die besten handwerklich hergestellten Pralinen und Schokoladen-Produkte ausgewählt und geehrt. Der Wettbewerb fand in folgenden Kategorien statt: Mandel- und Nusspralinen, Schnitt- und Schichtpralinen, Pralinen mit



Alkohol, Kreative Pralinenkunst sowie Schokoladentafeln und -riegel. Bewertungskriterien für die 25 Personen umfassende Fachjury waren Optik, Fehlerfreiheit, Handwerkliche Finesse, Haptik und Mundgefühl sowie Geschmack der Produkte. Beworben haben sich Unternehmen aus dem ganzen Bundesgebiet, und auch Bewerber aus Rom sowie Wien waren vertreten. Einige Gewinner des German Chocolate Award 2024 bekamen für mehrer Produkte Gold, zu ihnen zählen: PralinenArt by Cindy Welz, Velten, die fünfmal Gold bekam: für ihre Tafel Kaffee-Sahne Harmonie sowie die vier Pralinen Passionsfrucht auf Cheesecake, Orange auf Basilikum, Mojito und Gesalzene Erdnuss in Karamell in goldener Schoko. Zweimal bekam LA MARA Chocolaterie in Barbing, die sich auf die Herstellung veganer Pralinen und Schokolade spezialisiert haben, Gold: für ihre Creamy Mandel Tafel und die Passionsfrucht-Praline. Wohlfarth Schokolade aus Berlin wurde für die KaffeeLatte-Tafel mit Gold geehrt. Die

Schokoladen galerie, München bekam für zwei Tafeln Gold wie auch Pâtisserie Johanna by Marcel Reinhardt aus Bad Neuenahr für Pure Gold und Tratinade Pistazie. Julia Moser – Chocolia aus Bergneustadt wurde für die smoked chocolate-Tafel Volcano Ulawun sowie für die Praline Pistazie-Kardamom ausgezeichnet. Kreativ zeigte sich die Patisserie Felix Ulrich in Nördlingen mit dreimal Gold: Rinacolada, Muttis Liebling und Crêpe Suzette. wie auch Janet Kwarteng, JK Pastry, Dübendorf mit den Pralinen Kaffir Lime, Raps & Zuckerrübe und Rübli. Storath Chocolatier in Schesslitz bekam Gold für die Praline Kirschblut und Conditorei Bergmann, Confiserie & Café in Owingen für die Coillmór. Benedict Weiss - Weber & Weiss aus Friedrichshafen wurde für seine Pralinenkreationen Hopfenblüte und Pistazien-Himbeer Cremino mit Gold ausgezeichnet. Patrick Schirch aus Mühlhausen bekam Gold für seine Mandel- und Nusspralinen Golden Hazel - Almond und Raspberry Macadamia. [www.akademie-weinheim.de](http://www.akademie-weinheim.de)

## TONY'S CHOCOLONELY

### Rekordumsatz

Das niederländische Unternehmen Tony's Choclonely hat 2023 den Umsatz um 23 Prozent auf 150 Mio. Euro gesteigert und damit einen neuen Rekord verbucht. Sechs neue Partner haben sich laut Jahresbericht 2022/23 Tony's Open Chain angeschlossen – laut Firma der bisher größte jährliche Zuwachs für Tony's Mission Allies. Mehr als 17.000 Landwirte profitieren nun von „Tony's 5 Sourcing Principles“, was einem Plus von 20 Prozent gegenüber 2022 entspricht. Im Berichtszeitraum 2022 und 2023 hätten die gezahlten Prämien das Kakaoeinkommen der an Tony's Open Chain in Côte d'Ivoire liefernden Bauern um 51 Prozent erhöht.

[tonyschoclonely.com](http://tonyschoclonely.com)

## CACAO OF EXCELLENCE

### Award-Gewinner 2023

Für ein wirklich gutes Gericht, benötigt man echt gute Zutaten. Und um wirklich gute Schokoladen zu fertigen, ist echt guter Kakao unabdingbar. Der Cacao of Excellence Award, mit dem Farmer und Kooperativen ausgezeichnet werden, würdigt die Leistung der Farmer und die Qualität ihrer Kakaobohnen. Er generiert Aufmerksamkeit für hohe Qualitäten und unterstützt Nachhaltigkeit im Kakaosektor. Auf der Chocoo 2024 in Amsterdam wurden die Gewinner 2023 bekanntgegeben. Unterteilt in die Anbaugebiete Afrika & Indischer Ozean, Asien & Pazifik, Mittelamerika & Karibik sowie Südamerika wurde die Auszeichnung in Gold, Silber

und Bronze verliehen. 2023 wurden 222 Kakaoproben aus 52 Herkunftsgebieten eingereicht und analysiert. 218 wurden zugelassen, zu Masse verarbeitet und verkostet. Die 50 besten davon wurden zu Schokolade verarbeitet, geprüft und verkostet: Es gab 18 Gold-, 16 Silber- und 16 Bronzemedailles. Mit insgesamt siebenmal Gold führt die Region Asien & Pazifik die Gewinnerliste an, in Südamerika gab es sechs Gold-Gewinner – aus Brasilien, Kolumbien, Ecuador und Peru. In Afrika holte eine Kooperative aus Togo Gold, Kokoa Kamili aus Tanzania bekam den Silber-Award für ihr Women's Lot. [cacaoofexcellence.org](http://cacaoofexcellence.org)

## GEORGIA RAMON

### Georgia Ramon – so geht's weiter

Optimistisch und ungeduldig haben wir darauf gewartet, dass nach dem Tod von Phillip Butzmann seine Bean-to-Bar-Manufaktur Georgia Ramon von fachkundigen Händen weitergeführt wird. Nun ist die Zukunft von Georgia Ramon gesichert: Unter der Leitung von Karin Steinhoff (li.), Nele M. Eble (re.) sowie Constanze und Ralf Butzmann setzt die Bean-to-Bar Schokoladenfirma ihren erfolgreichen Weg fort. In der Meldung heißt es: „Das neue Team freut sich darauf, die einzigartige Tradition und Qualität von Georgia Ramon in Phillips Sinne

weiterzuführen und weiterzuentwickeln. Karin und Nele sind sich der großen Verantwortung bewusst und danken Familie Butzmann und Phillips Lebensgefährtin Laureen (2. v. re.) von Herzen für das entgegengebrachte Vertrauen. Die langjährige Erfahrung und das Engagement des neuen Teams versprechen eine gute Zukunft für die Liebhaber hochwertiger Schokoladenprodukte. Vielen Dank an die treuen Kunden, Schokoladenliebhaber und Geschäftspartner für ihre Geduld nach der schweren Zeit.“

[georgia-ramon.com](http://georgia-ramon.com)



## JOHAN VON ILTEN Fokussierung auf den Online-Shop

Johan von Ilten hat sich nach reiflicher Überlegung dazu entschieden, sein Gebäck zukünftig nur noch über den eigenen Online-Shop zu vertreiben. Gründe für diesen Schritt seien zum einen die erfolglose Suche nach Mitarbeitenden, aber insbesondere die stark gestiegenen Rohstoffpreise, beispielsweise für Haselnüsse. Dennoch müssten die Konsumenten vorerst nicht auf sein in Handarbeit gefertigtes Gebäck verzichten. Das gesamte Sortiment ist über seinen Online-Shop nach wie vor verfügbar. [johanvonilten.de](http://johanvonilten.de)

## Außergewöhnliche Kreationen

INTERNATIONAL CHOCOLATE AWARDS

### Höchste Punktzahl für Giuinott

Gradmesser für Chocolatierskunst im Internationalen Vergleich sowie Entscheidungshilfe für die Verbraucher sind die International Chocolate Awards. Bei dem Weltfinale 2023 gab es im Segment Pralinen nur eine Gold-Gewinnerin: die Cherry C. Lady von FischerS aus Kassel. Silber ging an die „Lavando“ des Hamburger Duos LéonieCorentin Chocolatier.

Als Gesamtsieger zeichnete die Jury bei den „Plain/origin dark bar categories“ Vigdis Rosenkilde (Norwegen) – 70% Kiteni aus. Bei den „Plain/origin milk bar categories“ Chaleur B Chocolat (Kanada) – Milk chocolate 51%. Bei den „Flavoured bar categories“ bekam Fjåk Chocolate (Norwegen) – Vermouth time Gold und bei den „Filled chocolates“ Guido Castagna (Italien) für seinen Giuinott, einen traditionellen italienischen Gianduiotto, der mit Haselnüssen aus dem Piemont und handwerklich hergestellter dunkler Schokolade hergestellt wird. Er erhielt die höchste Punktzahl (94,4) im gesamten Weltfinale.

Bei den „Micro-batch – Plain/origin dark chocolate bars“ bekam der thailändische Bean-to-Bar-Hersteller Paradaï Chocolate als Einziger Gold für die Nakhon Si Dark 70% Red Pod Cacao, bei der zusätzlich die regionale Herkunft des Kakaos, der Direkte Handel und die Bean-to-Bar-Fertigung mit Gold bewertet wurden. Weiterhin freute sich Paradaï siebenmal über Silber in der Kategorie. Auch bekam Paradaï Chocolate für die Schokoladentafel „Dark 70% - Peru, Chuncho“ die Golden Bean, die verliehen wird, wenn sich die Fachjury auf ein einzelnes herausragendes Produkt einigen kann. Vertriebspartner für Paradaï in Deutschland ist Premifair. [chocolateawards.com](http://chocolateawards.com)

EXPERTEN-TIPP VON STEN JESSEN, CONFISERIE EMILIA

### Waffelröllchen aus Griechenland

„Sehr beliebt bei meinen Kunden sind die Bruchschokoladen und knusprigen Pistazienröllchen aus Griechenland. Insbesondere Letztere passen hervorragend zum Eis, so der Tipp eines Kunden. Die Gebäckröllchen kommen aus Athen, sind an den Enden zuerst in Schokolade und dann in gehackte Pistazien getunkt. Von den schokolierten Enden abgesehen sind die Waffelröllchen glatt. Ein weiterer griechischer Hersteller aus der Nähe von Thessaloniki fertigt Waffelröllchen in den Sorten Sesam, Cookie, Haselnuss und Mokka und ummantelt diese mit der jeweiligen namensgebenden Zutat. Mein Lieferant für diese griechischen Gebäckspezialitäten ist Dr. Pashalidis. Er ist Großhändler und betreibt ein Geschäft in Karlsruhe namens Pralina. Ich bekomme die Ware lose im Karton geliefert, fülle sie in ein großes Glas und biete sie lose an. So bestellen viele Kunden ein Röllchen zu ihrem Kaffee dazu. Doch auch gestapelt im Klarsichtbeutel sehen die Waffelröllchen sehr ansprechend aus.“

[www.confiserie-emilia.com](http://www.confiserie-emilia.com)



Tipp

GMEINER CONFISERIE

### Schokoladen-Edition Kera Till

Passend zu ihrem neuen Laden in Münchens Innenstadt lancieren Christine und Volker Gmeiner ihre Schokoladen-Edition, die sie in Kooperation mit der bekannten Münchener Illustratorin Kera Till entwickelt haben. Die erste Auflage startet mit sechs Motiven passend zum Frühling und zur Osterzeit entwickelt. Saisonal folgen weitere Motive und neue Sorten. Den Auftakt machen die Tafeln Herzchen und Frohe Ostern (beide mit 70 % Kakao und Haselnuss-Krokant), Hasentrio (Caramel-Sablé, 35 % Kakao), Springbreak (Knusper-Himbeere, 34 % Kakao), Sweet Kisses (Joghurt-Granola, 35 % Kakao) und Flower Power (Gebrannte Mandeln, 40 % Kakao). Das Mindesthaltbarkeitsdatum variiert je nach Sorte, die UPE der 100-g-Tafeln liegt bei 6,40–7,90 Euro.

[www.chocolatier.de](http://www.chocolatier.de)



## Die CdC-Gemeinschaft

Der CdC-Gemeinschaftsstand in Halle 5.2 hat sich etabliert. Insgesamt 28 Aussteller präsentierten in diesem Jahr an 34 Ständen ihre Spezialitäten-Vielfalt für den Fachhandel, darunter Pralinen, Tafelschokoladen, zum Teil Bean-to-Bar gefertigt, Feingebäck, Trinkschokoladen, Dekore und Kakaofruchtfleisch.

Gemeinschaftlich für den Fachhandel, so könnte man die Philosophie der Aussteller am CdC-Gemeinschaftsstand beschreiben. Der offensichtlichste Vorteil: Durch die Präsentation in einem Bereich haben die Fachhändler kurze Wege und können sich schnell einen Überblick über das auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Sortiment verschaffen. Zusätzlich zu einer Auswahl aus dem bestehenden Sortiment hat jeder Hersteller und Großhändler natürlich auch neue Produkte und Verpackungen auf der ISM präsentiert. Dass das Konzept aufgeht, zeigt die überwiegend positive Resonanz der Aussteller, die sich insbesondere mit der Qualität der Gespräche zufrieden zeigten.

Vor der Messe kommt der Aufbau, auch für den CdC: Für Anja Ashauer und Oliver Peik gab es noch viel zu tun.



Michael und Claudia Gliss bestückten die Kaffeebar mit ihren Röstkaffees, organisierten Getränke von Staatlich Fachingen, und Claudia fungierte als Barista der Lounge.



Club der Confiserien  
Genuss vereint

CG



Eine Lounge ohne Kaffee und Wein – undenkbar. Thorsten Kiss bereicherte die Lounge mit einer Auswahl aus dem Schlumberger-Sortiment.



Giuseppe Infurna (Chocami) stellte seinen Wow-Kakao vor.

Seit drei Jahren ist Confis-Express mit der Marke Michel Cluizel am CdC-Gemeinschaftsstand vertreten. Ansprechpartnerinnen vor Ort waren Katja Keller (Confis-Express, li.) und Marie-Ange Hemour von Cluizel aus Frankreich.



Franz Clemens aus dem Team der Wilk Gourmetgroup verfügt über einen großen Wissens- und Erfahrungsschatz.



**1** Die peruanischen Kakaobauern und Aktionäre von Choba Choba, Robert (li.) und Rosario (re.) Caballero waren zum ersten Mal in Europa und zusammen mit Marie-Camille Firmin, Samuel Bourin, Gabriela Sanchez und Salome Kohli auf der ISM, wo sie die Home-Baking-Range vorstellten.

**2** Pralinen in Gurkenform in verschiedenen Farben zählen zu den Bestsellern von Goedele Matthyssen und Peter Bienstman. Das Highlight ist eine grüne Gurke aus Weißer Schokolade, gefüllt mit weißer Schokocreme, Zitrone und Knallbrause.

**3** Koa hat den Kakaofruchtsaft salonfähig gemacht. Mittlerweile gibt es ihn auch getrocknet, zum Beispiel in Form der knusprigen, süßen Kakaofruchtflöckchen.

**4** Lena Behrens und Geschäftsführer Daniel Duschl waren kompetente Ansprechpartner rund um das große anlassbezogene Sortiment von FantasTick Innovation.

**5** Inhaber Jörg Wagner (li.) ließ es sich nicht nehmen, sein Team am Messestand zu unterstützen. Das große Angebot für die Pralinentheke sowie die Ostereier fielen sofort ins Auge.

**6** Firmenchef Andreas Lanwehr (li.), Andrea Pisch-Dingwall und Max Sauer stellten drei neue Sorten ihrer Sorbetini vor. Bei den Pralinschachteln lohnt sich ein Blick aufs Detail: Beim Öffnen hebt sich das Innere an, und die saisonalen Bänderchen unter denen die ganzjährigen liegen, können leicht entfernt werden.

**7** Eine Revolution ist die Schweizer Marke Oro de Cacao, die mithilfe von Kaltwasserextraktion Schokoladen herstellt. Judith Klein und Philipp Zellweger luden zum Verkosten ein.

**8** Mit Santiago Peralta, dem Gründer von Paccari, hatten Mònica Riera Willius und Michaela Sampakidou prominente Unter-

stützung am Messestand. Seit Kurzem hat Premifair zudem die exklusiven Schokoladen von Paradai im Portfolio.

**9** Lukas Große-Bölting (o.), Inhaber der Pralinen Manufactur Große-Bölting stellte sein großes Portfolio an Figuren, Pralinen und Tafelschokoladen vor.

**10** Gruppenbild von Geschäftspartnern: (v. li.) David Brealey (Luker Chocolate), Oliver Dilli (Dilicious), Monica Fronzoni (Noalya), Neil Kelsall (Chocolat Madagascar) und Alessio Tessieri (Noalya). Oliver Dilli präsentierte an seinem Stand seine eigene Marke, das Portfolio von Luker Chocolate und Chocolat Madagascar, deren Vertriebspartner er ist.

**11** Manfred Glatzel (u.) fertigt in der Dortmunder Bean-to-Bar-Manufaktur Pott au Chocolat unter anderem erstklassige Tafelschokoladen, Dragees, Pralinen und Schoko-Aufstriche.



**1** Ricardo (li.) und Pascal Schlieske mit der in trendigen Schachteln verpackten Marke Ohde Berlin Marzipan.

**2** Mira und Jürgen Weyer vertreiben die Marke Nelle Ulla, deren Erfinderin, Laura Sebre (li.) ihre Pralinen mit bunten Raspeln und Flocken umhüllt.

**3** Maximilian Kaub (li.) und Thomas Luger, Geschäftsführer Confiserie Burg Lauenstein, nehmen ihre Mitarbeiterinnen Valentina Conrad (li.) und Rebecca Franz-Beetz in die Mitte.

**4** Patrick von Vacano und Sabrina Schanz waren wie immer gut gelaunt am Messestand und boten diesmal die erste in Peru gefertigte Original Beans-Kuvertüre zum Verkosten an.

**5** Dekore sind unverzichtbar in der süßen Welt. Bombasei-Chefin Stefanie Ebe und ihr Mitarbeiter Klaus Ahlborn haben

Besuch von GNT-Chef Frederik Hoeck, Hersteller von färbenden Lebensmitteln.

**6** Sabine Bauschke, Daan Koemans und Norbert Mergen (re.) von ClearChox bieten echt gute Schokoladen an, die möglichst am Ursprung gefertigt sind.

**7** Vegilate pour Quisine, kurz VeQui®, hat Oliver Coppeneur seine neue Kreation genannt. „Wir haben das Gemüse in die Süßware getragen“, sagt er stolz. Der Chocolatier hat schonend getrocknetes Gemüse mit Kakaobutter zu einer Art Gemüsekuvertüre kombiniert: „Erinnert ein bisschen an Schokolade, schmeckt aber nach Gemüse“, so Coppeneur.

**8** Nach einem Verpackungsrelaunch fallen die farbenfrohen Schachteln der Tafelschokoladen von Eberhard und Anette Schell ins Auge. Das Design der Verpackungen ist thematisch auf die jeweilige Schokoladensorte abgestimmt.

**9** Martin Mayer Hersteller von Bean-to-Bar-Schokoladen, resümiert: „Die Messe war für mich sehr positiv [...], vor allem hat mich überrascht, dass meine Marke doch schon einen hohen Bekanntheitsgrad erlangt hat. Das bestätigt mich darin, weiterhin den eingeschlagenen Weg mit hoher Qualität und geringer Produktionsmenge fortzusetzen und den Vertrieb konsequent ausschließlich über ausgewählte Fachgeschäfte durchzuführen. Vor allem unsere gefüllten Tafeln und die Pralinen haben es den Kunden angetan. Das neue Design der Osterprodukte ist auch sehr gut angekommen. Ich freue mich, auch in Zukunft wieder mal am CdC-Gemeinschaftsstand dabei zu sein.“

**10** Was Schokolade mit dem Fliegen zu tun hat, konnte man sich von Andreas Mohrs erklären lassen. Mit seinen Kolleginnen Sürreya Glatzenberger (li.) und Maïke Möllemann stellte er seine Marken Wildbach Schokolade und MyEier vor.



# Direct Trade als Marketing-Tool?

Referenten aus vier verschiedenen Unternehmen haben auf dem Fachhandels-Forum zum Thema Direct Trade von Kakaobohnen diskutiert.

**D**er Fachhandel lebt von dem hochwertigen Sortiment, dem Service und der Beratung. Die Kundschaft ist häufig gut informiert und möchte möglichst alles über die Produkte erfahren. Viele Schokoladengenießer wissen einiges über ihre Lieblingsschokoladen – wo der Kakao wächst, aus denen sie hergestellt sind. Wie lange dieser fermentiert, getrocknet und conchiert wurde. Selbstredend sind Kakaogehalt, häufig sogar das Verpackungsmaterial der Schokolade bekannt. Doch weitgehend im Dunkeln liegt für die meisten, wie der Kakao von der Farm des Bauern nach Europa kommt.

Direct Trade hört man oft im Zusammenhang mit fairen Handelsbeziehungen. Doch was genau heißt dies? Was bedeutet es, wenn eine Bean-to-Bar-Manufaktur sagt, dass sie ihren Kakao direkt von einem Bauern bezieht? Wieviel Geld kommt beim Bauern an, wenn der Chocolatier sagt, er bezahlt bis zu 20 Euro für ein Kilogramm Kakaobohnen? Welchen Mehrwert hat es, Kakaobohnen in kleinen Mengen direkt zu beziehen? Viele Fragen, auf die das Fachhandelsforum des Club der Confiseries (CdC) Antworten suchte. Jeder Vortragende steht für ein Unternehmen mit einem einzigartigen Konzept. Alle arbeiten mit dem Ziel, mehr Wertschöpfung für die Kakaobauern zu generieren, doch die Wege, die sie beschreiten, sind unterschiedlich.



Christine Luger hat ihre Faszination für Kakaobohnen an ihre Tochter Marita weitergegeben – und diese hat mit den Cacao Collectors etwas ganz Neues aufgebaut.



Im Anschluss an die Vorträge der Referenten fand eine Prodiunsdiskussion statt: (v. li.) Patrick von Vacano, Marita Luger, Christoph Inauen, Anja Ashauer, Christine Luger und Kenny Soto Santana. Einen ganz eigenen Blick auf die Dominikanische Republik hat Kenny Soto Santana (re.), der in dem karibischen Land geboren und in Deutschland aufgewachsen ist.



## Kakaobauern als Aktionäre und Lieferanten eines Unternehmens

Christoph Inauen und Robert Caballero, zwei Aktionäre des Unternehmens Choba Choba stellten ihr außergewöhnliches Konzept vor. Die peruanische Bauern-Genossenschaft Choba Choba ist der größte Aktionär der Schweizer Firma, die ihre Schokoladen ausschließlich aus den Premium-Bio-Kakaobohnen der Bauern im Huayabamba-Tal im peruanischen Amazonasgebiet fertigt. Seit einer Crowdfunding-Kampagne in den Jahren 2020 und 2021 befindet sich Choba Choba im Besitz von Bauern und Schokoladenfans. Diese Verbindung befähigt Choba Choba, die Schokoladenindustrie nachhaltig zu verändern, so das Unternehmen.

## Wichtig ist der Stolz, von der eigenen Arbeit leben zu können

„Es geht nur gemeinsam“, betonte Patrick von Vacano, Original Beans Verkaufsleiter für Verarbeiter und Gastgewerbe im deutschsprachigen Raum. Nur wenn alle gemeinsam an einem Strang ziehen und für die angesprochenen Werte eintreten, könne sich etwas verändern. „Stolz kommt davon, dass ich von meiner Arbeit leben kann“, sagte er. Original Beans arbeitet sehr eng mit den Kakaobauern zusammen, berät, schult und

unterstützt diese. Sämtliche Projekte sind langfristig angelegt, denn es komme darauf an, Impact am Ursprung zu schaffen. Eine logische Konsequenz der langfristigen Zusammenarbeit mit der kleinbäuerlichen Kooperative Norandino in Peru, sei die Herstellung einer eigenen, in Piura (Peru) gefertigten Kuvertüre. Erstmals produzieren Original Beans und Norandino zusammen eine biologische Premiumkuvertüre mit einem Kakaoanteil von rund 70 Prozent. Die Bohnen stammen von den kooperativen Bauern. „Eine Schokolade, die sozusagen von den Bauern selbst hergestellt wird. Eine Kuvertüre ab Hof“, sagte von Vacano. Mit dem Projekt Made in Piura (Peru) geht Original Beans einen weiteren Schritt, um in Peru höchste Wertschöpfung und Flexibilität in allen Produktionsstufen anzubieten. „Hersteller und Fachhandel können hier vorangehen und Strahlkraft zeigen. Made in Piura ist ein Mehrgewinn für alle“, so sein Appell.

## Mithilfe von Direct Trade die gesamte Dorfgemeinschaft unterstützen

Auch Kenny Soto Santana arbeitet direkt mit seinen Rohstoff-Lieferanten zusammen. Er ist in Deutschland aufgewachsen und als Erwachsener zurück zu seinen Wurzeln und seiner Großfamilie in die



Original Beans geht es um den Impact. Nur gemeinsam lassen sich Dinge ändern, sagt Patrick von Vacano.

Dominikanische Republik gereist. Seitdem vermarktet er die Rohstoffe von deren familiengeführten Plantagen in Deutschland – neben Bio-Kakaobutter und -pulver unter anderem auch Kaffee und Avocados. Sein Ziel ist es, mit dem direkten Verkauf der Produkte eine höhere Wertschöpfung zu erzielen und so nicht nur seine Lieferanten, die Bauern, sondern die gesamte Dorfgemeinschaft, etwa durch den Bau einer Grundschule im Jahr 2019, zu unterstützen.



Christoph Inauen, Mitgründer von Choba Choba, hat ein Konzept mit neuen Strukturen geschaffen, um „wirklich etwas zu bewegen“.

## Ein Statement für die Kakaobohne: Bean up your life

„Bean up your life“ fordern Marita und Christine Luger auf. Sie haben das Sortiment ihres erfolgreichen Münchner Fachhandelsgeschäfts für edle Schokoladen und Confiserieprodukte um Kakaobohnen zum Direktverzehr erweitert. Dafür reisen sie immer wieder in die Ursprungsländer des Kakao, sprechen mit den Bauern, sehen selbst, wie deren Kakao angebaut, fermentiert und getrocknet



Authentisch und leidenschaftlich sprach Robert Caballero, peruanischer Kakaobauer und Aktionär von Choba Choba.

wird – um dann direkt bei den Bauern deren Premiumpulver zu bestellen. Fairen und direkten Handel haben sie sich auf die Fahnen geschrieben. „Der direkte Handel von Rohkakao vom Bauern zum Endverbraucher ermöglicht den Kakaobauern einen weiteren Absatzmarkt. Als Zwischenhändler zahlen wir den Kakaobauern stabile Preise, die börsenunabhängig sind und weit über den durchschnittlichen Marktpreisen liegen“, erklärte Marita Luger.

# Standparty und Live Sweets Creation



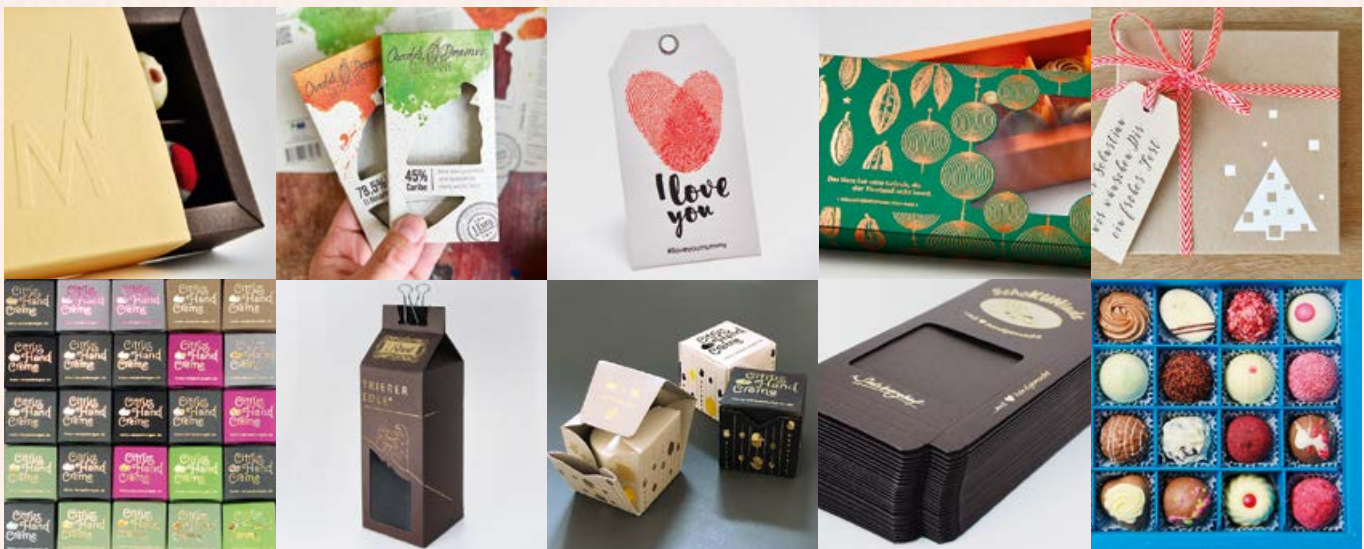
Die CdC-Lounge bot ausreichend Platz zum Treffen und Austauschen. (Bild Mitte, v. li.): Natascha Kespy von Winterfeldt Schokoladen mit Georg und Ramona Bernardini. (Bild re.): Kevin Kugel (re.) kreierte Pralinen mit Kuvertüren von Original Beans unter dem aufmerksamen Auge von Patrick von Vacano (Mitte). (Bild unten li.): Die Fachhändler Doreen Krautler und Alexander Hildebrand (Alex Allegra) nehmen Andreas Mohrs (Chocion) in die Mitte. (Bild Mitte; v. li.): Isabel Seeber mit Marc Verständig von Puratos sowie Thomas und Bettina Dornauer. Florian Belgard (re.) von CiuCiu fertigte zusammen mit seinem Mitarbeiter in einer Live-Show Bonbons und Lollies.



# KLOTZ

VERPACKUNGEN & MANUFAKTUR

Mehr als nur wirklich gut verpackt!



Wir kombinieren Funktionalität, Ästhetik sowie Nachhaltigkeit und erzählen damit einzigartige Markengeschichten.


Seit 1953 stehen wir für Verpackungen und Zubehör speziell für Chocolatiers, Konditoreien und Süßwarenfachgeschäfte.

In unserer Manufaktur in Memmingen entwickeln und fertigen wir edle Verpackungen und individuelle Drucksachen. Angepasst an Kundenwünsche und Zeitgeist wird unser Produktportfolio stetig weiterentwickelt und überarbeitet. Zudem legen wir Wert auf:

- Fairness & Transparenz
- Nachhaltigkeit & Regionalität
- Modernität & Handwerk

KLOTZ  
VERPACKUNGEN E.K.

Jägerndorferstraße 1  
87700 Memmingen  
T +49 8331/961 84 63  
info@klotz-verpackungen.de

 [klotz-verpackungen.de](https://www.klotz-verpackungen.de)